

BOSO WALIKAN MALANGAN DALAM PERSPEKTIF EARNING MANAGEMENT: SUATU KREATIVITAS BAHASA AKUNTANSI

**Riesanti Edie Wijaya¹⁾
Yenni Mangoting²⁾**

¹⁾Universitas Surabaya, ²⁾Universitas Kristen Petra, Surabaya
Surel: riesanti@gmail.com, yennimangoting@gmail.com

Abstract

The purpose of this paper is to understand the “Boso Walikan Malangan” in earnings management perspective. “Boso Walikan Malangan” is one of Indonesia language treasures that still exist right now, especially for the Malang youth. At first “Boso Walikan Malangan” were secret code words among the Malang soldiers (Gerilya Rakyat Kota) after the independence declaration, because many Dutch spies spoke Javanese. “Boso Walikan Malangan” is a kind of languages that needs interactants use their creativity more than standardized languages.

Accounting is the language of business and communication tool between the company and interested parties. In the perspective of earnings management, accounting language is the result of creativity done by the manager as the owner of the information. The creative accountings are implemented by selecting the accounting methods within the GAAP frame. Creativity in generating accounting language is mostly done by large companies such as Enron Corporation, Xerox Corporation, Word Com, and the Walt Disney Company. Creativity in the language of accounting is done through earnings management in order to disguise the core information in the financial statements.

Creativity in the language of accounting is done through earnings management in order to disguise the core information in the financial statements and to achieve the welfare of manager. This is in line with the history of Boso Walikan Malangan for safety and protection.

Key words: *Boso Walikan Malangan, Earning Management, Bahasa Akuntansi Kreatif*

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang kaya dengan bahasa daerah. Di samping bahasa daerah standar yang dipakai oleh tiap-tiap kelompok suku di Indonesia, ada berbagai bahasa informal, seperti bahasa slang, yang muncul di tengah-tengah masyarakat Indonesia. Bahasa slang merupakan bahasa harian yang menyubstitusi pemakaian kata standar dan merupakan suatu media komunikasi yang cukup efektif. Bahasa slang umumnya digunakan untuk menunjukkan identitas dan solidaritas yang bermuara dari keberadaan seseorang yang membagi pengalamannya dan menyebarkannya menjadi kosakata umum (Dozie & Madu, 2012)

Di antara bahasa slang yang berasal dari Indonesia, ada yang menggunakan kosakata terbalik dengan pakem-pakem tertentu, diantaranya *Boso Walikan* Yogya dan Malangan. Kedua bahasa walikan ini, memiliki perbedaan dalam hal pembentukan kalimatnya, sehingga akan menghasilkan bahasa slang yang berbeda pula, semisal: wedok (perempuan dalam bahasa Jawa standar) akan menjadi themon (bahasa walikan Yogya) dan Kodew (bahasa walikan Malang). Untuk itu, studi tentang *Boso Walikan*, khususnya Malangan, sangat menarik apabila ditarik dari sisi implikasi dari penggunaan bahasa tersebut.

Pergeseran Kebutuhan Komunikasi Walikan

Boso Walikan merupakan suatu bahasa prokem yang hadir di tengah-tengah masyarakat Malang. *Boso Walikan Malangan* sendiri ternyata tidak dapat terlepas dari sejarah kemerdekaan Indonesia. Penggunaan bahasa walikan merupakan suatu bentuk komunikasi khas yang dipakai oleh kelompok Gerilya Rakyat Kota (GKR) Malang pada



Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia

zaman agresi militer II pada masa setelah kemerdekaan RI (Prayogi, 2013) Mereka harus menyampaikan berbagai berita rahasia pada sesama pejuang yang bertujuan agar tidak dipahami oleh para mata-mata Belanda yang notabene juga berbahasa Jawa (Rachmawati, 2012). Penyisipan mata-mata Belanda digunakan untuk menyisir sisa pasukan Hamid Rusdi (Prayogi, 2013).

Penggunaan *Boso Walikan Malang* sepertinya tidak lekang oleh waktu. Walaupun Indonesia telah merdeka, penggunaan *Boso Walikan Malang* ternyata masih cukup populer di kalangan orang muda malang, bahkan dimanapun mereka berada cenderung menunjukkan identitas mereka selaku *kera ngalam* (Rachmawati, 2012).

Apabila diperhatikan lebih dalam, ada suatu perbedaan antara penggunaan *Boso Walikan Malang* tempo dulu dan masa kini. Perbedaannya terletak pada kebutuhan penggunaan bahasa. Pada tempo dulu, kelompok Gerilya Rakyat Kota (GKR) menggunakan *Boso Walikan Malang* untuk tujuan keamanan agar para mata-mata tidak paham atas pesan yang disampaikan para pejuang GKR. Namun pada masa setelah kemerdekaan, fungsi dari bahasa berubah menjadi penanda identitas sebagai Arema (arek malang asli) (Prayogi, 2013)

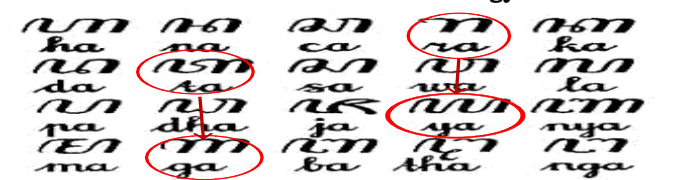
Boso Walikan Malang adalah bahasa sandi para pejuang dalam pengertian yang sederhana untuk saling berkomunikasi, berkoordinasi atau mengidentifikasi mana rekan perjuangan dan mana yang bukan. *Boso Walikan Malang* juga digunakan sehari-hari yang dimaksudkan untuk menyamarkan inti komunikasi dan menjadi bahasa sandi yang penting dalam situasi perang dimana kehidupan penuh dengan kecurigaan, teror dan bahaya. (Jurnal Malang.Com)

Mendasarkan pada ide Maslow, Wood (2010, p. 11) memetakan kebutuhan atas informasi menjadi lima tingkatan, mulai dari kebutuhan untuk bertahan hidup, kebutuhan keselamatan dan proteksi, kebutuhan pemilikan (*belonging*), kebutuhan kepuasan diri, kebutuhan aktualisasi diri. Menyitir dari pemetaan Wood (2010), bahasa walikan merupakan bahasa yang sebelumnya berkembang dari adanya kebutuhan untuk demi mendapatkan adanya kebutuhan atas keselamatan dan proteksi, lambat-lain kebutuhan informasi mulai bergeser ke tingkatan yang lebih tinggi menjadi untuk memenuhi kebutuhan *belonging* yang menjadikan para penggunanya semakin diterima dengan baik di kelompoknya. Untuk itu, konteks penggunaan bahasa walikan berbeda antara Malang tempo dulu dan sekarang.

Pembentukan Bahasa Walikan Malang

Pembentukan *Boso Walikan Malang* berbeda dengan proses pembentukan *Bahasa Walikan Yogya*. Dimana, *Boso Walikan Yogya* disusun berdasarkan aksara jawa, dengan aturan mundur dua baris, semisal: ratu dalam walikan Yogya menjadi yagu.

Gambar 1
Ilustrasi Bahasa Walikan Yogya



Proses pembentukan *Boso Walikan Malang* jauh berbeda dengan proses pembentukan *Boso Walikan Yogya*. Pada *Boso Walikan Malang* lebih banyak membutuhkan kreatifitas dari para interaktan yang melakukan komunikasi tersebut. Ada beberapa pola pembentukan *Boso Walikan Malang* lebih banyak membutuhkan kreatifitas menurut Prayogi (2013). Prayogi (2013) memaparkan beberapa pola dalam penyusunan slank Malang, diantaranya, yaitu: abreviasi, naturalisasi, pembalikan posisi fonem, derivasi zero. Dari keempat pola yang dipaparkan oleh Prayogi, pembalikan posisi fonem merupakan pola yang sesuai dengan *Boso Walikan Malang*. Pada pembalikan posisi fonem, Prayogi (2013) menuliskan beberapa variasi, diantaranya, yaitu: pembalikan posisi secara keseluruhan, pembalikan posisi fonem yang disertai perubahan bunyi, pembalikan posisi fonem yang tidak mengubah posisi dua konsonan yang bergandengan,



Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia

pembalikan fonem yang disertai pelepasan, pembalikan yang disertai penambahan fonem, pembalikan fonem yang disertai modifikasi tujuan.

Pada bagan berikut ini menunjukkan ilustrasi dari ragam pola *Boso Walikan Malangan*. Ragam pola *Boso Walikan Malangan* yang agak rumit menjadikan kerumitan tersendiri untuk memahami *Boso Walikan Malangan*, bahkan bagi pengguna Bahasa Jawa itu sendiri. Kerumitan bentukan bahasa tersebut ditengarai menjadikan bahasa walikan cukup efektif untuk memperlancar komunikasi para pejuang GKR untuk berkomunikasi dengan para pejuang lainnya.

Tabel 1
Ilustrasi ragam pola walikan Malang

Ragam Pola	Bahasa Standar	Bahasa Walikan Malang
Pembalikan posisi secara keseluruhan	Mobil	Libom
Pembalikan posisi fonem yang disertai perubahan bunyi	Wedok	Kodew (bentuk tulisan) , Kodeh (bentuk lisan)
Pembalikan posisi fonem yang tidak mengubah posisi dua konsonan yang bergandengan	Rampok	Kompar
Pembalikan fonem yang disertai pelepasan	Polisi	Silup
pembalikan yang disertai penambahan fonem	Roti	Sitor
Pembalikan fonem yang disertai modifikasi purposive	Bingung	Ngingup

Sumber:

disarikan dari Proyogi (2013)

Bahasa Sebagai Aset

Penggunaan suatu bahasa menunjukkan kemampuan seseorang dalam memahami suatu pengetahuan dan memahami situasi yang sesuai dengan situasi yang melingkupi konteks pembicaraan tersebut (Sawarjuwono, 1995). Pemilihan suatu pilihan komunikasi, baik verbal dan non verbal, akan menentukan bagaimana bentuk pesan yang akan disampaikan oleh para interaktan (Neuliep, 2012).

Pemilihan penggunaan bahasa akan menentukan pesan yang akan dihasilkan Sementara itu, kemanfaatan pesan yang dihasilkan dari suatu bahasa sebenarnya digunakan untuk saling bertukar ide (Dhir, 2004). Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa bahasa bertindak sebagai (1) alat untuk saling bertukar informasi dan pengetahuan yang menginformasikan suatu budaya; (2) media Akuntansi untuk budaya melalui berbagai narasi; (3) media penyimpanan pengetahuan dan *know-how* suatu budaya (Dhir, 2005, p. 363)

Keberadaan bahasa —bukanlah suatu yang dianggap remeh. Dhir (2005) menunjukkan bahwa bahasa merupakan suatu asset dalam bentuk *intellectual capital*. Pemikiran tersebut didasarkan pada pandangan para ekonom dan analis keputusan bahwa bahasa mampu menciptakan nilai ekonomis melalui manajemen pengetahuan untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang ditimbulkan karena adanya interaksi sinergi antar para individu (Dhir, 2005).

Akuntansi Sebagai Sistem Informasi yang Terbentuk dari Budaya Lokal

Akuntansi tidak bisa lepas dari budaya suatu daerah. Daerah satu memiliki budaya yang berbeda dengan daerah yang lainnya. Sebagai suatu bentuk komunikasi, Akuntansi yang muncul dari satu daerah berpotensi berbeda dengan daerah lain diakibatkan oleh perbedaan keyakinan, norma, dan nilai yang, seperti yang yang terjadi pada masyarakat Aborigin di Australia. Pandangan barat selalu berasumsi bahwa setiap orang akan berupaya meningkatkan produktifitas, namun masyarakat Aborigin berbeda, karena mereka penekankan pekerjaan terkait dengan adanya partisipasi semua anggota dalam suatu kelompok kerja, dan perbedaan menyebabkan sistem Akuntansi dan akuntabilitas tidak mampu menghasilkan outcome seperti yang diharapkan (Greer & Patel, 2000).

Penelitian-penelitian Akuntansi yang terkait budaya umumnya memetakan adanya suatu komunikasi didasarkan konteks komunikasi yang mereka pakai.(Hooker, 2008) memetakan perbedaan antara komunikasi berkonteks tinggi dan rendah. Hooker



Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia

(2008) menunjukkan bagaimana perbedaan komunikasi bisnis antara komunikasi konteks tinggi yang dianut oleh negara Barat dan rendah yang dianut oleh sebagian besar negara Asia.

Adanya perbedaan budaya barat dan timur menjadikan bentuk dari pelaporan antara barat dan timur juga akan menimbulkan perbedaan, semisal di Tionghoa. Pada perusahaan berbasis etnis Tionghoa, pelaporan mereka cenderung kurang rinci, karena banyak informasi yang disampaikan secara non-formal (Cunningham, 1996; Martinsons & Westwood, 1997).

Tabel 2
Antara Barat dan Timur

	Barat	Asia
Perilaku Pengatur	Norma Perilaku umumnya tertulis	Norma perilaku umumnya tidak tertulis
Kontrak	Terinci, Lugas, tidak ada negoisasi	Kurang rinci, ada ruang negoisasi
Dasar budaya	Budaya berbasis aturan	Budaya berbasis hubungan
Transparansi	Mengunggulkan informasi tersedia secara bebas	mengunggulkan hubungan kepercayaan sebelumnya
Peran Birokrasi	Berperan besar sebagai mekanisme kontrol	Pengendalian berjalan melalui berbagai aturan tertulis

Sumber: diadaptasi dari Hooker (2008)

Studi tentang bahasa Jawa sebenarnya sudah pernah diteliti sebelumnya oleh Sawarjuwono (1995). Sawarjuwono (1995) menggunakan metafora tingkat kehalusan berbahasa Jawa (*Javanese language Speech Level* atau JLSL) untuk mendapatkan suatu pemahaman d tentang *accounting language speech level* yang ada dan tingkatan yang seharusnya diaplikasikan dalam suatu organisasi.

Ada suatu yang berbeda antara bahasa Jawa Standar yang digunakan oleh Sawarjuwono (1995) dengan bahasa walikan Malangan. *Boso Walikan Malangan* bukanlah bahasa Jawa standar, namun merupakan suatu ekstensi dari bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia (Deandre. A. Espree-Conaway, 2013). Penggunaan *Boso Walikan Malangan* tidak terlepas dari budaya masyarakat Malang yang kurang memperhitungkan keberadaan hirarki dalam berbahasa, sehingga mereka cenderung menggunakan bahasa *ngoko* dalam keseharian mereka, dibandingkan dengan penggunaan bahasa Jawa di daerah lainnya (DeAndré A. Espree-Conaway, 2012). Untuk itu, *Boso Walikan Malangan* tentu tidak mengikuti strata dalam berbahasa. Dengan demikian, pesan yang disampaikan oleh *Boso Walikan* tentu akan berbeda dengan bentuk pesan yang disampaikan oleh bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa.

Boso Walikan Malangan dan Earning Management

Jika *Boso Walikan* digunakan untuk mengelabui mata-mata Belanda yang merupakan orang pribumi sendiri. Sehingga, komunikasi dalam Bahasa Jawa menjadi hal yang riskan karena mata-mata tersebut sangat paham dan akan membocorkannya pada pihak Belanda. Oleh karena itu para pejuang menggunakan *Boso Walikan* untuk mengelabui mata-mata tersebut sekaligus meminimalisir bocornya strategi perjuangan para gerilyawan. *Boso Walikan* bukan merupakan bahasa sandi, karena sebenarnya tetap menggunakan bahasa yang lazim digunakan, hanya cara membacanya yang diubah. Biasanya, kata lazimnya dibaca dari kiri ke kanan dalam *Boso Walikan* dibaca dari kanan ke kiri. Bahasa yang bisa di-*walik* juga bisa Bahasa Jawa maupun Bahasa Indonesia.

Akuntansi disebut sebagai bahasa bisnis (*business of language*). Akuntansi sebagai bahasa bisnis, karena dihasilkan dari proses mencatat, menghitung dan melaporkan peristiwa-peristiwa ekonomis suatu entitas bisnis. Akuntansi menjadi alat komunikasi yang menghubungkan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap bisnis perusahaan yang disebut dengan *stakeholders*.

Pihak yang berkepentingan terhadap pelaporan keuangan pada dasarnya terbagi dua, yaitu *internal users* dan *external users* (Weygandt, Kimmel, & Kieso, 2012). *Internal users* pengguna informasi Akuntansi adalah manajer yang melakukan perencanaan,



Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia

pengorganisasian dan menjalankan operasional perusahaan. *External users* adalah individu atau organisasi yang ada di luar perusahaan yang membutuhkan informasi Akuntansi, dan pihak tersebut adalah investor (*owners*) untuk pengambilan keputusan apakah membeli, menjual dan menahan kepemilikan sahamnya, dan creditors (*supplier* dan *bankers*) untuk pengambilan keputusan pemberian kredit dan evaluasi atas risiko. Komunikasi bisnis antar pihak internal dan eksternal menggunakan Bahasa Akuntansi yang dituangkan dalam Laporan Keuangan. Belum ada bahasa bisnis lainnya yang dapat menyatukan komunikasi antar pihak-pihak yang berkepentingan berkaitan dengan kinerja sebuah perusahaan selain Bahasa Akuntansi.

Untuk menghasilkan laporan keuangan sebagai informasi yang berkualitas, dapat diandalkan untuk pengambilan keputusan, Akuntansi mempunyai kerangka teoritis yang menjadi dasar pelaksanaan teknik-tekniknya, kerangka dasar ini terdiri dari prinsip dan praktek yang sudah diterima oleh umum karena kegunaan dan kelogisannya. Kerangka teoritis tersebut dituangkan dalam sebuah standar yang disebut dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK).

Bahasa adalah alat untuk mewujudkan komunikasi. Bahasa dapat dijadikan sarana untuk membujuk, memuji, bahkan menghina seseorang. Kekuatan bahasa tidak terkira. Kekuatan bahasa dapat membangun kebersamaan, bahkan tidak jarang dengan kekuatan bahasa akan terjadi yang tidak diharapkan seperti pertengkaran bahkan menjadi perkelahian. Demikian pula dengan Bahasa Akuntansi, Akuntansi tidak saja dibentuk oleh lingkungannya tetapi juga mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi lingkungannya, termasuk perilaku manusia yang menggunakan informasi Akuntansi. (Sulistiyanto, 2008), menjelaskan, bahwa meskipun Standar Akuntansi sudah berusaha mengatur agar laporan keuangan disusun dengan mentaati kaidah-kaidah baku, namun bukti-bukti empiris justru menunjukkan salah satu biang keladi keruntuhan dunia usaha adalah upaya menyelewengkan informasi. Upaya menyelewengkan informasi ini dilakukan dengan mempermainkan komponen-komponen dalam laporan keuangan.

Upaya membalikkan Bahasa Akuntansi, laba menjadi rugi untuk menghindari pajak atau sebaliknya rugi menjadi laba untuk mendapatkan kredit atau investasi, adalah bentuk penggambaran kinerja keuangan perusahaan yang afdol di atas kertas, tetapi pada kenyataannya, perusahaan-perusahaan tersebut hanya ingin menutupi borok yang sebenarnya, yaitu kebangkrutan. Upaya membalikkan atau mengelola informasi dilakukan oleh orang-orang yang menguasai Bahasa Akuntansi sebagai informasi dalam laporan keuangan yang disebut sebagai *Earning Management*.

Healy and Wahlen (1999) menyatakan bahwa, *Earning Management* terjadi ketika manajer menggunakan pertimbangan (*judgment*) dalam pelaporan keuangan dan penyusunan transaksi untuk merubah laporan keuangan, dengan tujuan untuk memanipulasi besaran (*magnitude*) laba kepada beberapa *stakeholder* tentang kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil perjanjian (kontrak) yang tergantung pada angka-angka Akuntansi yang dilaporkan.

Beberapa aspek yang berkaitan dengan definisi *Earning Management* yang dijelaskan oleh Healy and Wahlen (1999) yaitu: 1) manajer mempunyai banyak cara untuk melakukan intervensi terhadap laba dengan penggunaan *judgment*, yang akan mempengaruhi laporan keuangan. Misalnya *judgment* yang dibutuhkan dalam mengestimasi sejumlah peristiwa ekonomi di masa depan untuk ditunjukkan dalam laporan keuangan, seperti perkiraan umur ekonomis dan nilai sisa aktiva tetap, tanggungjawab untuk pensiun, pajak ditangguhkan, kerugian piutang dan penurunan nilai *asset*. Manajer memiliki pilihan untuk menggunakan metode Akuntansi, misalnya metode penyusutan apakah LIFO, weighted average dan FIFO dan metode menentukan biaya persediaan, 2) Manajer melakukan uji coba terhadap modal kerja perusahaan, misalnya kapan harus membeli persediaan atau kebijakan piutang perusahaan, 3) manajer juga wajib memilih kebijakan berkaitan dengan pengeluaran, misalnya untuk penelitian dan pengembangan, iklan dan pemeliharaan.

Modifikasi informasi laba memang difasilitasi oleh kebijakan yang diambil oleh manajemen dalam menentukan standar Akuntansi yang akan digunakan untuk membuat laporan keuangan. Fleksibilitas ini memang telah dipagari dengan prinsip Akuntansi yang mengatakan bahwa manajemen harus bertindak konsisten dalam menggunakan standar-standar Akuntansi untuk menghasilkan informasi keuangan.

Kasus *Earning Management* dengan cara *illegal (financial fraud)* yang mendapat perhatian publik, banyak dilakukan oleh perusahaan besar, seperti Enron Corporation, Xerox Corporation, WordCom, dan Walt Disney Company. Enron Corporation terbukti melakukan manipulasi laba, yaitu melakukan manipulasi eksekutif Enron melalui lembaga auditornya sehingga dapat mendongkrak laba mendekati USD 1 miliar, WordCom terbukti melakukan manipulasi pengeluaran Akuntansi senilai USD 4 miliar pada sisi pengeluaran. Skandal ini diduga melibatkan Arthur Andersen dan Walt Disney Company yang terbukti telah melakukan manipulasi pendapatan Akuntansi, yaitu manipulasi data Akuntansi untuk dua tahun fiskal dengan cara melaporkan laba dengan jumlah yang tidak sebenarnya (Rama, 2010).

Proses pembentukan *Boso Walikan Malangan* dalam pemaparan di atas lebih banyak melibatkan unsur kreatifitas dari para interaktan, bukan karena kaidah-kaidah sastra yang mempersoalkan keberadaan hirarki dalam berbahasa. Berkaitan dengan hal tersebut, *Earning Management* adalah bentuk kreativitas terhadap Bahasa Akuntansi. Kreativitas bahasa Akuntansi atau Akuntansi kreatif (*accounting creative*) adalah suatu proses dimana akuntan menggunakan pengetahuan mereka tentang standar Akuntansi untuk memanipulasi angka yang dilaporkan dalam laporan keuangan (Amat, Blake, & Dowds, 1999). Berdasarkan latar belakang di atas, maka tulisan ini memberikan gambaran bagaimana memahami tradisi *Boso Walikan Malangan* dalam perspektif *Earning Management*.

2.1 Pembahasan

Esensi *Boso Walikan dan Earning Managemet: Upaya “Menyelamatkan” Diri*

Boso Walikan timbul karena adanya kebutuhan atas keselamatan dan proteksi, meskipun lambat laun kebutuhan informasi mulai bergeser ke tingkatan yang lebih tinggi menjadi untuk memenuhi kebutuhan *belonging* yang menjadikan para penggunanya semakin diterima dengan baik di kelompoknya. Kreativitas dalam Bahasa Akuntansi juga muncul karena adanya upaya-upaya untuk mewujudkan kepentingan pribadi melalui ketidakseimbangan dalam penguasaan informasi (asimetri informasi).

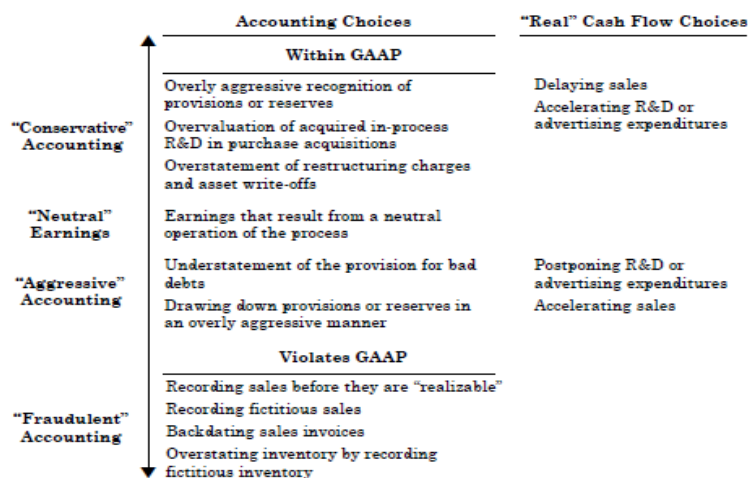
Asimetri informasi antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) memberikan kesempatan kepada manajer untuk bertindak oportunistis, yaitu memperoleh keuntungan pribadi. Dalam hal pelaporan keuangan, manajer dapat melakukan *Earning Management* untuk menyesatkan pemilik (pemegang saham) mengenai kinerja ekonomi perusahaan (Scott, 2012; Ujijantho, 2007). Scott (2012), menggunakan istilah *moral hazard* sebagai tindakan yang menyesatkan dari manajer.

Asimetri informasi menurut (Spohr, 2005) dapat juga terjadi antara manajer dan pihak di luar perusahaan sebagai pengguna yang memberikan kesempatan kepada manajer secara bijaksana dalam menyusun dan melaporkan informasi Akuntansi sebagai bahasa komunikasi untuk kepentingan manajemen.

Upaya membalikkan Bahasa Akuntansi dapat dijelaskan dengan menggunakan Teori Akuntansi Positif yang diperkenalkan oleh Watts and Zimmerman (1990) yaitu: 1) *The Bonus Plan Hypothesis*. Perusahaan yang memiliki rencana pemberian bonus, manajer perusahaan akan memilih metode Akuntansi yang dapat melaporkan kenaikan saat ini, 2) *The Debt Covenant Hypothesis*. Hipotesis ini menyatakan bahwa, jika rasio hutang dibandingkan ekuitas perusahaan tinggi, ekuivalen dengan semakin dekatnya perusahaan terhadap kendala-kendala dalam perjanjian hutang dan semakin besar probabilitas pelanggaran perjanjian, semakin mungkin manajer untuk menggunakan metode-metode akuntansi yang meningkatkan laba dan 3) *The Political Cost Hypothesis* memprediksi bahwa perusahaan besar akan memilih metode akuntansi yang dapat mengurangi laba untuk menghindarkan diri dari adanya regulasi pemerintah.

Earning Management sebenarnya timbul karena penggunaan Akuntansi akrual. Akuntansi akrual sebenarnya bertujuan untuk memberi suatu bantuan kepada para investor guna menilai kinerja ekonomi perusahaan dalam suatu periode (Dechow dan Skinner, 2000). Penggunaan akrual digunakan karena adanya kekurangan laporan arus kas sebagai alat yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan, yaitu masalah waktu dan *matching* (Dechow, 1994).

Gambar 2
Antara kecurangan dan Earning Management



Sumber: Dechow dan Skinner (2000, 239)

Penggunaan dasar akrual membawa suatu konsekuensi bagi para manajemen untuk memilih metode Akuntansi yang dipakai. Pemilihan suatu metode Akuntansi tertentu tidak terlepas dari unsur kreativitas manajemen melalui suatu pemilihan metode Akuntansi. *Earning Management* seringkali dikonotasikan dengan tindak kecurangan. Nyatanya, *Earning Management* sebenarnya merupakan suatu sebenarnya bukan suatu yang melawan hukum atau melanggar standar Akuntansi, sehingga tidak bisa dikatakan dengan sebagai suatu tindak kecurangan.

Dalam paparannya yang tersaji dalam Gambar 2, Dechow dan Skinner (2000) menggambarkan adanya ragam Akuntansi mulai dari Akuntansi konservatif, "neutral" earning, Akuntansi "aggressive", dan Akuntansi "fraudulent". Dari keempat ragam Akuntansi, *Earning Management* sebenarnya bukan masuk pada ranah *fraudulent accounting*, karena masih berada dalam tataran *aggressive accounting*.

Seperti Yin dan Yang, dimana *earning management* juga memiliki dua sisi, sayangnya sebagian besar orang hanya melihat sisi buruk *Earning Management* (Yaping, 2006). Salah satu kemanfaatan dari *Earning Management* adalah memungkinkan perusahaan mempertahankan atau meningkatkan harga saham dengan penurunan tingkat utang sehingga menurunkan risiko, dan melalui penggambaran peningkatan laba, yang pada akhirnya dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan suntikan dana segar (Shah, Butt, Tariq, 2011). Di samping itu, motivasi para manajemen melakukan perataan laba (*income smoothing*) sebagai salah satu metode *Earning Management*, lebih karena pemahaman mereka bahwa aliran laba bergejolak umumnya akan menjadi pemicu valuasi pasar yang lebih rendah (Magrath dan Weld, 2002), dan hal ini akan berdampak buruk pada perusahaan secara keseluruhan. Pernyataan ini membuktikan bahwa *Earning Management* sebagai suatu tindakan berdasarkan kepentingan sendiri seperti dituduhkan Beattie et al. (1994), ternyata tidak sepenuhnya benar.

Untuk itu, *Earning Management* sebenarnya merupakan suatu alat yang digunakan memodifikasi perilaku para pemakai informasi laba, sehingga jauh dari memperdayai atau menyesatkan para pengguna laporan keuangan (Yaping, 2006). Apalagi, secara empiris telah ditunjukkan bahwa *Earning Management*, salah satunya dengan perataan laba, bertujuan menghindari *earning losses* daripada manipulasi akun (Hamdi & Zarai, 2012) dan penurunan rugi nantinya akan mengurangi fluktuasi tajam dan tidak pasti (Burgstahler & Dichev, 1997).

Keberadaan *Earning Management* sebagai bentuk kreativitas Bahasa Akuntansi sebenarnya juga tidak sepenuhnya buruk, sehingga ada suatu keyakinan dari para akuntan, analis dan investor bahwa praktik bisnis yang baik mewajibkan para manajer untuk mengatur laba mereka (Magrath dan Weld, 2002). Meskipun, para manajemen melakukan *Earning Management*, hal yang terpenting adalah tujuan dan pemaknaan



Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia

suatu pengungkapan yang menentukan sifat dan justifikasi yang sebenarnya (Shah, Butt, Tariq, 2011).

Keberadaan *Earning Management* adalah bentuk kreativitas Bahasa Akuntansi melalui pemilihan metode akuntansi yang menghasilkan informasi bisnis dalam bentuk tulisan laporan keuangan yang digunakan oleh para pengambil keputusan di dalam dan di luar perusahaan. Sama halnya dengan *Boso Walikan Malangan* kreativitas Bahasa Akuntansi yang memiliki suatu maksud yang tersembunyi sebagai tindakan penyelamatan “diri” bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Kreativitas merujuk pada pengertian kemampuan individu untuk menciptakan suatu hal yang bermanfaat.

Scott (2012), menjelaskan, bahwa perusahaan terdiri dari banyak kontrak. Ada dua jenis kontrak penting dalam perusahaan, yaitu kontrak kerja (*employment contract*) antara perusahaan dan karyawan dan kontrak pinjaman (*lending contracts*) antara perusahaan dan kreditor. Dua jenis kontrak ini sangat bergantung pada pelaporan laba. Karyawan dan manajer berhubungan dengan pembagian bonus atas laba dan kontrak meminjamkan berkaitan dengan jaminan perusahaan terhadap perjanjian kredit. Selain itu adanya hubungan kontrak antara prinsipal (*stakeholders*) dan agen (*manager*). Bahwa sebagai *agen*, manajer secara mempunyai tanggungjawab untuk meningkatkan kesejahteraan para prinsipal, tetapi di sisi lain manajer juga mempunyai kepentingan memaksimalkan kesejahteraan mereka. Jensen and Meckling (1976) menyebutkan bahwa kedua pihak mempunyai tujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan (*utility maximizer*).

Eksistensi *Boso Walikan Malangan* pada saat zaman penjajahan Belanda adalah sebagai alat komunikasi rahasia antar sesama pejuang dan sekaligus menjadi identitas untuk mengenal kawan ataupun lawan. *Boso Walikan Malangan* timbul karena para pejuang memerlukan cara kreatif untuk berkomunikasi yang aman pada jaman penjajahan Belanda. Demikian pula dengan informasi Akuntansi. Kreativitas dalam Bahasa Akuntansi melalui pelaporan keuangan timbul karena tuntutan pihak eksternal dan internal dalam perusahaan sehingga menimbulkan konflik antara manajer, kreditor, dan pemerintah.

Kreatifitas Bahasa Akuntansi menghasilkan tindakan menyamarkan inti informasi Akuntansi melalui permainan angka laba di atas kertas. Manajer melakukan kreativitas ini dengan memanfaatkan fleksibilitas pilihan atas standar akuntansi. Pilihan ini memberikan peluang bagi manajer untuk mencatat fakta tertentu dengan cara yang berbeda, serta peluang untuk menggunakan subjektivitas dalam melakukan estimasi akuntansi.

Kreativitas bahasa Akuntansi sejalan dengan Teori Akuntansi Positif, dimana Manajer akan memainkan kreativitasnya dalam mengelola informasi-informasi Akuntansi sebagai upaya penyelamatan diri dengan memilih metode akuntansi yang dapat meningkatkan laba untuk memperbesar bonus yang akan diterimanya. Manajer juga akan menghindari “serangan” prinsipal, kreditor dan pemerintah yang menuntut pertanggungjawaban perusahaan dalam bentuk pembayaran dividen, pelunasan hutang dan pembayaran pajak.

3.1 Kesimpulan

Boso Walikan Malangan, seperti yang dijelaskan di atas, merupakan bahasa yang muncul dari bawah yang mengandung kreativitas dari para penggunanya untuk saling mengerti pembicaraan di antara para interaktan. *Boso Walikan* dalam perspektif *Earning Management* adalah tindakan dari manajer yang mempunyai kekuatan sumber informasi menghasilkan bahasa-bahasa Akuntansi melalui fleksibilitas pemilihan metode-metode Akuntansi. Kreativitas Bahasa Akuntansi atau adalah suatu proses dimana akuntan menggunakan pengetahuan mereka tentang standar Akuntansi untuk memanipulasi angka yang dilaporkan dalam laporan keuangan.

Tujuan menciptakan kreativitas dalam Bahasa Akuntansi adalah sebagai upaya penyelamatan diri untuk kesejahteraan kepentingan pribadi manajer. Kreativitas Bahasa Akuntansi melalui tindakan *Earning Management* adalah bentuk kreativitas dalam menyampaikan informasi Akuntansi sebagai bahasa bisnis melalui laporan keuangan. Melalui *Earning Management* informasi inti Akuntansi disamarkan sehingga tidak mudah dipahami oleh pihak diluar manajer.

- Amat, O., Blake, J., & Dowds, J. (1999). *The Ethics Of Creative Accounting, Economics Working Paper*. Journal of Economic Literature.
- Burgstahler, D., & Dichev, I. (1997). Earning management to avoid earning decreases and losses. *Journal of accounting and economics*, 24, 99-126.
- Cunningham, J. B. (1996). Designing flexible logistics systems: a review of some Singaporean examples. *Logistics Information Management*, 9(2), 40-48.
- Dechow, P. M. (1994). Accounting earnings and cash flows as measures of firm performance The role of accounting accruals. *Journal of Accounting and Economics* 18, 3-42.
- Dhir, K. S. (2004). Language as a corporate asset. In S. M. Oliver (Ed.), *Handbook of Corporate Communication and Strategic Public Relations* (pp. 393-414). London: Routledge.
- Dhir, K. S. (2005). The value of language: concept, perspectives, and policies. *Corporate Communications: An International Journal*, 10(4), 358-382. doi: 10.1108/13563280510630151
- Dozie, C. P., & Madu, L. I. (2012). Language of Communication among University Students in Nigeria: A Study on Slangy Expressions in Federal University of Technology Owerri, Nigeria. *Journal Communication*, 3(2), 99-110.
- Esprey-Conaway, D. A. (2012). Language Attitudes, Acquisition, and Usage of Osob Kiwan Ngalam: An Indo-Javanese Language of Malang (pp. 1-22): Biehl International Research Scholarship – The University of the South.
- Esprey-Conaway, D. A. (2013). Bahasa walikan malangan and the building of indo-javanese urban spaces. *The journal of Urbanism*, 27(2), 1-6.
- Greer, S., & Patel, C. (2000). The issue of Australian indigenous world-views and accounting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13(3), 307-329.
- Hamdi, F. M., & Zarai, M. A. (2012). Earnings Management to Avoid Earnings Decreases and Losses: Empirical Evidence from Islamic Banking Industry *Research Journal of Finance and Accounting* 3(3), 88-107.
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A Review of the Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting. *Accounting Horizons*, 13, No. 4, 365-383.
- Hooker, J. N. (2008). Cultural Differences in Business Communication (Paper 152). Available from <http://repository.cmu.edu/tepper/152>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, , V. 3, No. 4, 305-360.
- Jurnal Malang.Com, "Bahasa Walikan Bahasa Malangan"<http://www.jurnalmalang.com/2013/12/bahasa-walikan-bahasa-malangan.html>, diakses tanggal 21 Mei 2014
- Martinsons, M. G., & Westwood, R. I. (1997). Management information systems in the Chinese business culture: An explanatory theory. *Information & Management*, 32, 215-228.
- Neuliep, J. W. (2012). *Student Study Site for Intercultural Communication: A Contextual Approach* (Fifth Edition, ed.). California: SAGE Publication, Inc.
- Prayogi, I. (2013). Proses Pembentukan Slang Malang. *SASINDO Vol 1, No 1 Januari (2013):* , 1(1).
- Rachmawati, i. (2012). Lawikan kera ngalam di tengah arus globalisasi. *Jurnal kajian sastra dan budaya*, 1(1), 98-104.
- Rama, R. S. (2010). Manajemen Laba (Earning Manajemen Laa Dalam Perspektif Etika Hedonisme) *El-Muhasaba Vol.1 No. 2*.
- Sawarjuwono, T. (1995). *Accounting Language change: a critical study of Habermas's theory of communicative action*. University of Wologgong, Wologgong. Available from <http://ro.uow.edu.au/thesis/1012> (Doctor of Philosophy thesis)
- Scott, W. R. (2012). *Financial Accounting Theory*. Toronto: Pearson Prentice Hall.
- Spohr, J. (2005). *Essays on Earning Management*. Doctoral Program, Swedish School of Economics an Business Administration, Helsinki, Finland.
- Sulistyanto, S. (2008). *Manajemen Laba (Teori & Model Empiris)*: Grasindo.
- Ujiyantho, M. A. (2007). Asimetri Informasi dan Manajemen Laba: Suatu Tinjauan dalam Hubungan Keagenan. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*.



Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia

- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1990). Positive Accounting Theory. *The Accounting Review*, 65, No.1.
- Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso, D. E. (2012). *Accounting Principles*. United States: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- Wood, J. T. (2010). *Interpersonal communication: Everyday Encounters*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.